



## RESPUESTA DEL GOBIERNO

### (184) PREGUNTA ESCRITA CONGRESO

184/36953

06/08/2018

98868

**AUTOR/A:** SIBINA CAMPS, Marta (GCUP-ECP-EM); BOSAHO GORI, Rita Gertrudis (GCUP-ECP-EM)

#### RESPUESTA:

En relación con la pregunta de referencia, se informa que el Gobierno, a través del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), promueve e incentiva el desarrollo de iniciativas voluntarias de autorregulación y comunicación, que parten de la propia industria de la alimentación y bebidas, para reducir el contenido de determinados ingredientes en la composición de los alimentos con el objetivo de generar mayor confianza en el consumidor.

En este sentido, el MAPA colabora de manera activa con la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB), a través de un Convenio Marco de Colaboración y mediante la suscripción de Convenios anuales para desarrollar las subvenciones nominativas previstas en los Presupuestos Generales del Estado y en el Marco Estratégico de la Industria de Alimentación y Bebidas, que es la estrategia de trabajo de la FIAB con el fin de dotarse de un horizonte de estabilidad, refuerzo de su competitividad y en su compromiso con la salud y el bienestar del consumidor y la relación entre “Alimentación y salud”.

Cabe señalar que el consumo total dentro del hogar de alimentos y bebidas en farmacias, correspondiente al año 2017, fue de 84,24 millones de euros. Si se tiene en cuenta que el total de alimentación y bebidas dentro de los hogares de ese año supuso 67.490 millones de euros, este canal representaría un 0,12 % del total de la alimentación. Si nos referimos al volumen el total de la alimentación en hogares, ésta supuso 28.885 millones de kilogramos por litro (kg-l), que con respecto a este canal reflejaría un 0,03% del total, ya que corresponde a 7,32 millones de kg-l.

Los alimentos más consumidos serían, por orden de magnitud en valor, la leche en polvo, con un 80,04% del total dentro del canal, seguido por las infusiones envasadas (tila, mate, hierbaluisa, etc.) con un 4,87%, el pan con un 1,87%, bollería, pastelería



galletas y cereales con 1,75% y, en quinto lugar, carne con un 1,30%. Las bebidas refrescantes representan un 0,76% dentro del canal (641.311 euros).

Si hay que referirse al volumen dentro de la categoría, los primeros puestos se encuentran representados por los diferentes tipos de leche: leche en polvo con un 43,24%, leche envasada 10,70%, leche esterilizada 10,59%, le siguen los huevos de gallina con un 7,52% y el pan con un 7,25%. Las bebidas refrescantes representan en volumen un 4,08% de la categoría.

Por otra parte, se informa que la venta del medicamento de forma exclusiva en la oficina de farmacia, junto con los profesionales que están al frente, ofrecen la seguridad y garantía necesarias a los ciudadanos sobre sus dudas de salud o sobre el uso del medicamento. Una farmacia es un sitio de confianza y de atención y consejo farmacéutico, que no debe ser utilizado de forma ventajosa por los fabricantes de determinados refrescos para dar una imagen saludable a determinadas bebidas que llevan cargas elevadas de azúcares y otros componentes que no son beneficiosos para la salud. Por tanto, se considera que los refrescos, procedan o no de multinacionales, no deben utilizar las farmacias para su distribución.

En cuanto a las medidas impositivas a un nutriente o a productos con elevado contenido de nutrientes como azúcar, grasas saturadas o sal, deben valorarse cuidadosamente, mediante análisis con estudios posteriores de su eficacia tanto a corto como a largo plazo. Constituye una medida a considerar que podría sumarse al conjunto de acciones y políticas de salud.

Se están estudiando diferentes alternativas tributarias dentro de un sistema fiscal propio del siglo XXI. Este impuesto no tendría carácter realmente recaudatorio sino disuasorio para evitar su consumo.

No obstante, cabe señalar que la imposición fiscal a un solo tipo de producto no garantiza que pueda desviarse el consumo a otros productos con igual contenido en azúcares que impida mejorar las pautas de alimentación encaminadas a una dieta equilibrada y con mejor calidad nutricional. Las políticas fiscales adoptadas por un número muy bajo de países son una herramienta posible pero cuya eficacia de forma aislada tienen un efecto muy limitado. Es por ello que, para conseguir el objetivo de reducir el consumo general de los nutrientes menos saludables, desde el Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social se estudia una estrategia global, incluida en un marco europeo y encaminada a conseguir reducciones del consumo de azúcares, sal y las grasas, con medidas transversales.

Este es el objetivo del “Plan de Colaboración para la mejora de la composición de los Alimentos y Bebidas y otras medidas 2020”, que conseguirá en menos de tres años una reducción de más de un 10% de azúcares y de otros nutrientes en miles de





productos elaborados entre los más consumidos por nuestros ciudadanos, y establece una reducción progresiva y sostenida de estos nutrientes a través de cambios tecnológicos viables. El alto espectro de productos afectados y de empresas que se han sumado a la iniciativa asegura que todos los ciudadanos puedan verse beneficiados, para contribuir decisivamente a disminuir las desigualdades en salud.

Por otra lado, dentro del marco de la Unión Europea se ha trabajado intensamente para desarrollar un marco legislativo encaminado a que los consumidores tengan acceso a la información nutricional de los alimentos y, de esta forma, se les facilite tomar opciones saludables, como el Reglamento (UE) N° 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre la información alimentaria facilitada al consumidor. Además, el Reglamento (CE) n° 1924/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de diciembre de 2006, relativo a las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos, previene que la publicidad de los alimentos en cuanto a sus propiedades nutricionales o saludables pueda inducir a engaño al consumidor, y fija las condiciones y base científica que tienen que cumplir los alimentos que las publicitan.

Sin embargo, la presión publicitaria de ciertos alimentos en el ámbito infantil se ha identificado como un área donde se debe trabajar de forma que a esas edades no se implanten hábitos alimentarios poco saludables. Por ello se procede a revisar la Directiva 2010/13/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 10 de marzo de 2010, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual (Directiva de servicios de comunicación audiovisual), de forma que se refuercen las medidas de autorregulación y/o las regulatorias sobre este tipo de publicidad a nivel europeo. Desde el Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social se analizarán las conclusiones de dicha revisión para establecer las medidas necesarias, incluidas posibles modificaciones dentro del código de autorregulación PAOS (Publicidad de Alimentos y Bebidas Dirigidas a Menores, Prevención de la Obesidad y Salud).

Madrid, 23 de enero de 2019